

АНАЛИЗ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ УЧАЩЕЙСЯ МОЛОДЕЖИ О РОССИЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Рано или поздно каждый человек задаёт себе вопрос «Кто Я?» В поисках ответа на него мы делаем открытия, преодолеваем кризисы, терпим поражения и одерживаем победы. Словом «идентичность» современного человека не удивишь. Каждый интуитивно понимает, угадывает, о чём это, хотя зачастую не может сформулировать. Термин «идентичность» начинён разными смыслами. Многообразие определений идентичности проистекает не из несговорчивости исследователей, а из сложности и многогранности данной проблемы. В общественных науках сегодня все большую значимость приобретает личное, продуктивное, творческое, особенное. Понятие идентичности, которое охватывает и личную деятельность, и национальные особенности, и субъектную позицию, стало одной из главных социальных тем начала XXI века.

Большинство исследователей утверждают, что процесс развития у ребенка идентичности от диффузной до реализованной проходит в несколько этапов, а результатом этого процесса является формирование эмоционально-оценочного осознания принадлежности к общности. Это осознание происходит в подростковом возрасте. Таким образом, в настоящее время уже существует целое поколение россиян, идентификационная структура которых формировалась в основном на фоне становления Российской Федерации как самостоятельного государства. Сегодня в результате происшедшей трансформации российский народ живет в другой стране, с другим названием, с другим политическим устройством, с другим настоящим и будущим. Поэтому проблема идентификации с этим новым «другим», в основе которого в значительной степени остаются непреходящие

ценности российского прошлого, характеризующие менталитет народа, и обретение им современной идентичности, актуальна.

В рамках данной проблематики нами было проведено исследование **объектом** которого стали ученики гимназии № 35 и студенты ИСПН УРФУ.

Предмет исследования – представления и установки учащейся молодежи о российской идентичности.

Цель исследования: проанализировать представления учеников гимназии № 35 и студентов ИСПН УРФУ о российской идентичности, ее основных содержательных характеристиках через установки молодежи.

Данная цель обусловила постановку следующих **задач**:

1. выделить и описать представления учащейся молодежи г. Екатеринбурга о российской идентичности;
2. выявить установки на российскую идентичность учащейся молодежи г. Екатеринбурга.

Гипотезой нашего исследования стало предположение что, у учащейся молодежи г. Екатеринбурга существует комплекс установок, сформированный на базе представлений о российской идентичности.

Эмпирической основой для анализа стало исследование, проведенное нами среди школьников и студентов ИСПН УРФУ в сентябре - октябре 2012г. Опрошено 146 человек..

Использовался **метод** анкетного опроса.

Можно выделить следующие, наиболее часто упоминаемые категории в описании «россиянина»: социально – демографические характеристики, общий стиль поведения, социальные характеристики, личностные характеристики, внешность, отношение к труду, отношение к людям, качества ума, уровень культуры. Портрет современного «россиянина» содержит позитивные и негативные черты. Так, например, 12% респондентов, среди которых большинство студентов выделяют примат материальных ценностей над духовными.

Среди личностных черт часто упоминались качества, отражающие уровень культуры. Видимо, для респондентов эта характеристика является наиболее показательной для определения современного гражданина России.

На образованность указывают 16% опрошенных. Также 26,7% респондентов оценивают «россиянина» как продвинутого, идущего в ногу со временем, 18,6% компьютеризированного. Довольно часто 8,3% упоминалось такое качество как целеустремленность, относящаяся к категории волевых качеств.

Разделились мнения респондентов в отношении категории «качество ума». Из 23,4% упоминаний умственных качеств 15,6% относятся к негативным. Положительно оцениваются респондентами такие качества как любознательность(3,5%), пытливость(2,4%), критичность(1,9%). Но большинство респондентов отказывают россиянам в таких качествах ума как глубина, широта, быстрота. На глупость указывают 11,1% респондентов(все студенты). Эти же 11,1% говорят о деградации поколения молодежи, как составной части понятия «гражданин России».

Среди черт, отражающих отношение к людям(25,6%) негативный характер носят 15,1%, среди них присутствуют такие характеристики, как злой, грубый, наглый. Среди социальных характеристик наиболее часто упоминается злоупотребление алкоголем(13%). Причем упоминания эти почти поровну разделились между школьниками и студентами.

Довольно много характеристик, касающихся описания внешности и определяющих статус гражданина (29,1%). Так, респонденты часто отмечают красивую, модную одежду(6,2% школьников и 5,4% студентов). Указывают на наличие машины, сотового телефона.

Одна из наиболее часто встречаемых социально - демографических характеристик отражает уровень материального благосостояния. Причем в основном отмечают высокий уровень(33,3%) и значительно реже низкий (8%). Следует заметить, что чаще высокий уровень благосостояния отмечали ученики элитной гимназии (20,6%) и студенты платных отделений

вузов(12.7%). Поэтому, скорее всего, высокий средний процент упоминания данной характеристики связан не с ее стереотипностью, а с ее актуальностью для одной из групп респондентов.

Вторая по частоте появления в данной категории характеристика отражает «общность проживания», «общность рождения» (24,2%). Этот результат не случаен, так как эти признаки большинство исследователей относят к числу основных и наиболее простых дифференцирующих признаков.

Среди черт, отражающих отношение к труду, также присутствуют как положительные, так и отрицательные характеристики. Так 27,5% респондентов называют «россиянина» трудолюбивым и работающим, а 12,1% отмечают лень, как одну из характеристик.

Можно добавить еще несколько характеристик, набравших высокий процент. Это знание традиций своего народа(13,3%), использование нецензурной лексики(10%), веселое отношение к жизни(8%). Но самый высокий процент набрало такое качество как «способность пожертвовать собой для блага Родины» - 78,2%, причем так считают практически поровну и студенты и школьники(по 39,1%).

В ходе анкетирования уточнялось, какие смыслы вкладывают респонденты в выражение «быть россиянином», быть гражданином России». Выявилось, что «быть россиянином» означает «ощущать себя гражданином России», «ощущать единство с гражданами России». Причем «часто» ощущают единство со всеми гражданами России 35,2%, «иногда» - 49%. «Ощущение себя гражданином России» связано с идентификацией с государственными институтами, лояльностью к государству и его лидеру, а также фактическим проживанием на территории страны. Это ощущение связано с сопереживанием, ощущением общности народа, оно эмоционально.

Таким образом, современного «россиянина» можно описать как человека обеспеченного, достаточно образованного, следящего за своей внешностью, идущего в ногу со временем, но не обязательно умного. Ему

присущи такие личностные качества как душевность, простота, сила воли, порядочность, трудолюбие, дружелюбие, гостеприимство, патриотизм. Для него могут быть характерны плохие отношения с окружающими и приоритет материальных ценностей. Характерно злоупотребление алкоголем и употребление ненормативной лексики.

Подводя итог, можно сказать, что в образе «россиянина» преобладают положительные характеристики, хотя присутствуют и некоторые отрицательные черты. В целом можно зафиксировать позитивную групповую гражданскую самооценку.

Символическое пространство гражданской общности складывается из официальной государственной символики, фигур исторических (национальных) героев, наиболее значимых исторических и современных знаменательных для страны событий, фиксирующих этапы развития общности, а также бытовых или природных символов, отражающих особенности жизнедеятельности общности. В «образе России» концентрируется и обобщается все, что связано с жизнью гражданской общности нашей страны. Теория социальной идентичности Г. Тэджфела подчеркивает эмоциональную значимость группового членства в процессе идентификации. Эмоциональный компонент идентификации заключается в переживании факта своей принадлежности к группе в форме различных чувств — любви, ненависти, обиды. Эмоционально окрашенное представление о России мы пытались выяснить с помощью ассоциативного метода. Оказалось, что в глазах молодежи «образ России» представлен рядом символов, которые несут в себе позитивную (или нейтральную) и негативную эмоциональную нагрузку.

К первым относится целый класс символов, обозначающих природу, отдельно выделяются и наиболее часто упоминаются вне зависимости от возраста респондентов медведь(40%) и береза(27,7%). Учащиеся добавляют к ним «вечный огонь», студенты – гимн, герб, флаг. Ко вторым относится класс символов, среди которых самым частым стал ответ «водка» (38,5%).

Кроме создания «образа России» через символы, мы попытались выяснить какой литературный или исторический персонаж олицетворяет для респондентов их страну. Для 76,5% из них таким литературным персонажем стал Иван –дурак, герой русских народных сказок. Учащиеся, добавляют в этот список героических Тараса Бульбу и Илью Муромца. Пристрастия студентов разделились между Обломовым и Василием Теркиным.

Одной из важных характеристик «образа России» является религиозность и не только православие, которое «веками являлось объединяющей силой для многонационального российского общества»[14]. Единство с людьми своей веры в той или иной степени ощущают 75,2% школьников и 41,6% студентов.

Итак, каков же «образ России» в представлениях молодежи? Прежде всего, это нравственная сила, духовность, первозданность, красота, величие и могущество. Россия в глазах молодежи обладает огромным потенциалом – природным и людским. «Образ России» представлен в основном через личность, то есть происходит перевод на уровень личности ценностей, преобладающих в обществе. Однако, наряду с позитивным, Россия в представлениях респондентов неразрывно связана с пьянством, инфантильностью, неуправляемостью, неспособностью повлиять на свою судьбу.

Сегодня россиян мало что объединяет. Нет общей идеологии, целей, интересов, национальной идеи. Общество «зависло» между распавшейся советской и еще не сложившейся государственной идентичностью. Самоотождествление молодежи с ролью гражданина России говорит о возможности формирования в обозримом будущем гражданской нации. Сегодняшней молодежи предстоит формировать систему базовых ценностей современной России. Эта система определяет самосознание российского народа, расставляет приоритеты общественного и личностного развития, определяет характер отношений человека к обществу и государству. Эти ценности выражают суть общенациональной максимы «Мы — российский

народ». Это то, что объединяет всех россиян, придает им единую идейность и дополняется их этнической, религиозной, профессиональной и иной идентичностью, то, что позволяет нам быть единым российским народом.

СОЦИАЛЬНАЯ РАБОТА, ПРОБЛЕМЫ СЕМЬИ, ЗДОРОВЬЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Антропова Ю. С.,
Галямшина Е. Д.,
Сапрыкина Т. П.,
Якимова А. А.,
г. Екатеринбург

ИССЛЕДОВАНИЕ ОТНОШЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ И СФЕРЫ PR К СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ (НА ПРИМЕРЕ Г. ЕКАТЕРИНБУРГА)

В современной России происходят социально-экономические преобразования, которые приводят к радикальным переменам в жизнедеятельности общества, а так же к трансформации социальной системы и, в частности, многих социальных связей. Одним из негативных следствий подобных перемен выступает разрушение определённых традиций, моральных норм. Таким образом, негативному влиянию подвергается национальная культура страны[4]. В связи с этим, большое значение приобретают новые методы, помощью которых пользуются общество и социальные институты. Одним из эффективных методов воздействия признаётся социальная реклама.

В базовом понимании, социальная реклама представляет собой вид коммуникации, ориентированный на привлечение внимания к самым актуальным проблемам общества и его нравственным ценностям [1].